

عنوان مقاله:

تلاقی مدیریت دانش و هوش تجاری

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی و ملی مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

فرناز تقی زاده کورایم

خلاصه مقاله:

جوامع علمی بر این باورند که سازمان ها با قدرت دانش میتوانند برتریهای بلند خود را در عرصه های رقابتی حفظ کنند. در این راستا، عوامل مهمی با مدیریت دانش در ارتباط تنگاتنگ هستند. هوش تجاری، به عنوان یک عامل موثر در عملکرد سازمان به حساب می آید و موجب تحقق هر چه بهتر اهداف مدیریت دانش می شود. کاربرد مدیریت دانش در سازمانها سبب نتایجی خواهد شد که این نتایج جزئی از اهداف هوش تجاری نیز به شمار میرود. کاربرد موثر دانش، به شکل گیری سازمانهای هوشمند میانجامد، اما این امر مستلزم کاربرد خلاقانه دانش توسط رهبران سازمان است. لذا هوش تجاری، مهم ترین توانایی برای تحقق بخشیدن به این امر است؛ زیرا هوش تجاری با تمرکز بر درک دانش و یادگیری، موجب خلق سازمان هوشمند میشوند؛ سازمانی که یاد میگیرد، دانش را هوشمندانه مدیریت و رهبری میکند. بنابراین در این مطالعه، پس از بررسی مفهوم، اهمیت و مدل های ارائه شده در زمینه مدیریت دانش و همچنین هوش تجاری، نتیجه گیری شد که مدیریت دانش به فرایند چگونگی خلق، انتشار و به کارگیری دانش در سازمان اشاره دارد و هدف نهایی آن، تسهیم دانش میان کارکنان به منظور ارتقاء ارزش افزوده دانش موجود در سازمان می باشد و از سوی دیگر، مدیریت دانش موجب برقراری ارتباط میان کارکنان شده به تدریج دانشهای فردی به دانشهای سازمانی تبدیل می شود و از طریق این کارکرد، دانش بین کارکنان رشد و ارتقاء می یابد و موجبات افزایش هوشمندی و یا بهره هوشی تجاری در سازمان فراهم می شود.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، مدیریت دانش، خلق دانش، ارائه دانش، توزیع دانش، انتقال دانش، کاربرد دانش، ارزشیابی دانش.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1038959>

